

ชื่อเรื่องการค้นคว้าแบบอิสระ ปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูป
ของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาคร

ผู้เขียน นายวันชัย ทองเขาอ่อน

ปริญญา บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต

คณะกรรมการที่ปรึกษาการค้นคว้าแบบอิสระ

อาจารย์เอก บุญเจือ ประธานกรรมการ
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ดารารัตน์ บุญเฉลียว กรรมการ

บทคัดย่อ

การค้นคว้าแบบอิสระนี้มีวัตถุประสงค์ เพื่อศึกษาปัจจัยที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูปของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาคร และเพื่อศึกษาปัญหาและอุปสรรคที่มีต่อการซื้ออาหารทะเลแปรรูปของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาคร

การศึกษารั้งนี้เก็บรวบรวมข้อมูลโดยใช้แบบสอบถาม กลุ่มตัวอย่างคือนักท่องเที่ยวที่เดินทางมาท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาคร จำนวน 300 ราย จากนั้นนำข้อมูลมาทำการวิเคราะห์โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ค่าความถี่ ร้อยละ และค่าเฉลี่ย

ผลการศึกษา พบว่าผู้ตอบแบบสอบถามเป็นเพศหญิงมากกว่าเพศชาย และส่วนมากมีสถานภาพโสด อายุ 31-40 ปี ระดับการศึกษาปริญญาตรี อาชีพพนักงานเอกชน มีรายได้เฉลี่ยต่อเดือนสูงกว่า 25,000 บาท และมีภูมิลำเนาอยู่ในกรุงเทพมหานครและปริมณฑล

ปัจจัยส่วนประสมการตลาดที่มีผลต่อการตัดสินใจซื้ออาหารทะเลแปรรูป พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัจจัยทั้ง 4 มีค่าเฉลี่ยโดยรวม เรียงตามลำดับความสำคัญจากมากไปน้อยดังนี้ ปัจจัยด้านผลิตภัณฑ์สำคัญมาก ปัจจัยด้านราคาสำคัญมาก ปัจจัยด้านการจัดจำหน่ายสำคัญมาก และปัจจัยด้านการส่งเสริมการตลาดสำคัญน้อย ปัจจัยย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ความสะอาด ปัจจัยย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ราคาเหมาะสมกับปริมาณ ปัจจัยย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ การคมนาคมสะดวกเข้าออกได้ปลอดภัย และปัจจัยย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ มีเอกสารแนะนำสินค้า

ปัญหาที่มีต่อการซื้ออาหารทะเลแปรรูปของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่านัก

ท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับปัญหาที่เกี่ยวกับปัจจัยส่วนประสมการตลาดทั้ง 4 มีค่าเฉลี่ยโดยรวมเรียงตามลำดับของปัญหาจากมากไปน้อยดังนี้ ด้านราคาพบปัญหามาก ด้านผลิตภัณฑ์ พบปัญหามาก ด้านการจัดจำหน่ายพบปัญหามาก และด้านการส่งเสริมการตลาด พบปัญหาน้อย ปัญหาย่อยด้านผลิตภัณฑ์ที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ คุณภาพของสินค้าไม่คงที่ไม่รักษามาตรฐาน ปัญหาย่อยด้านราคาที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ สินค้าตั้งราคาสูงกว่าความเป็นจริงมาก ปัญหาย่อยด้านการจัดจำหน่ายที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ สินค้าที่เป็นอาหารสดไม่เก็บรักษาไว้ในตู้แช่หรือไม่กลบด้วยน้ำแข็งเพื่อรักษา ความสด และปัญหาย่อยด้านการส่งเสริมการตลาดที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุด ได้แก่ ไม่มีเอกสารแนะนำวิธีการเลือกสินค้าและวิธีเก็บรักษา

อุปสรรคที่มีต่อการซื้ออาหารทะเลแปรรูปของนักท่องเที่ยวในจังหวัดสมุทรสาคร พบว่านักท่องเที่ยวให้ความสำคัญกับอุปสรรค มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับมาก อุปสรรคย่อยที่มีค่าเฉลี่ยสูงสุดคือ วิดกกังวลว่าสินค้าอาจมีสารพิษหรือสารเคมีผสมอยู่

ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
Copyright© by Chiang Mai University
All rights reserved

Independent Study Title Factors Affecting Tourist Purchasing Decision on Processed Seafood in Samut Sakhon Province

Author Mr. Wanchai Thongkaoon

Degree Master of Business Administration

Independent Study Advisory Committee

Lecturer Ek Bunchua

Chairperson

Assistant Professor Dararatana Boonchaliew

Member

Abstract

The purpose of this study was to investigate the factors affecting the decision making, the problems and obstacles of tourists in purchasing processed seafood in Samutsakhon Province.

A questionnaire was distributed to 300 subjects visiting Samutsakhon. The collected data was analyzed with descriptive statistics including frequency, percentage and means.

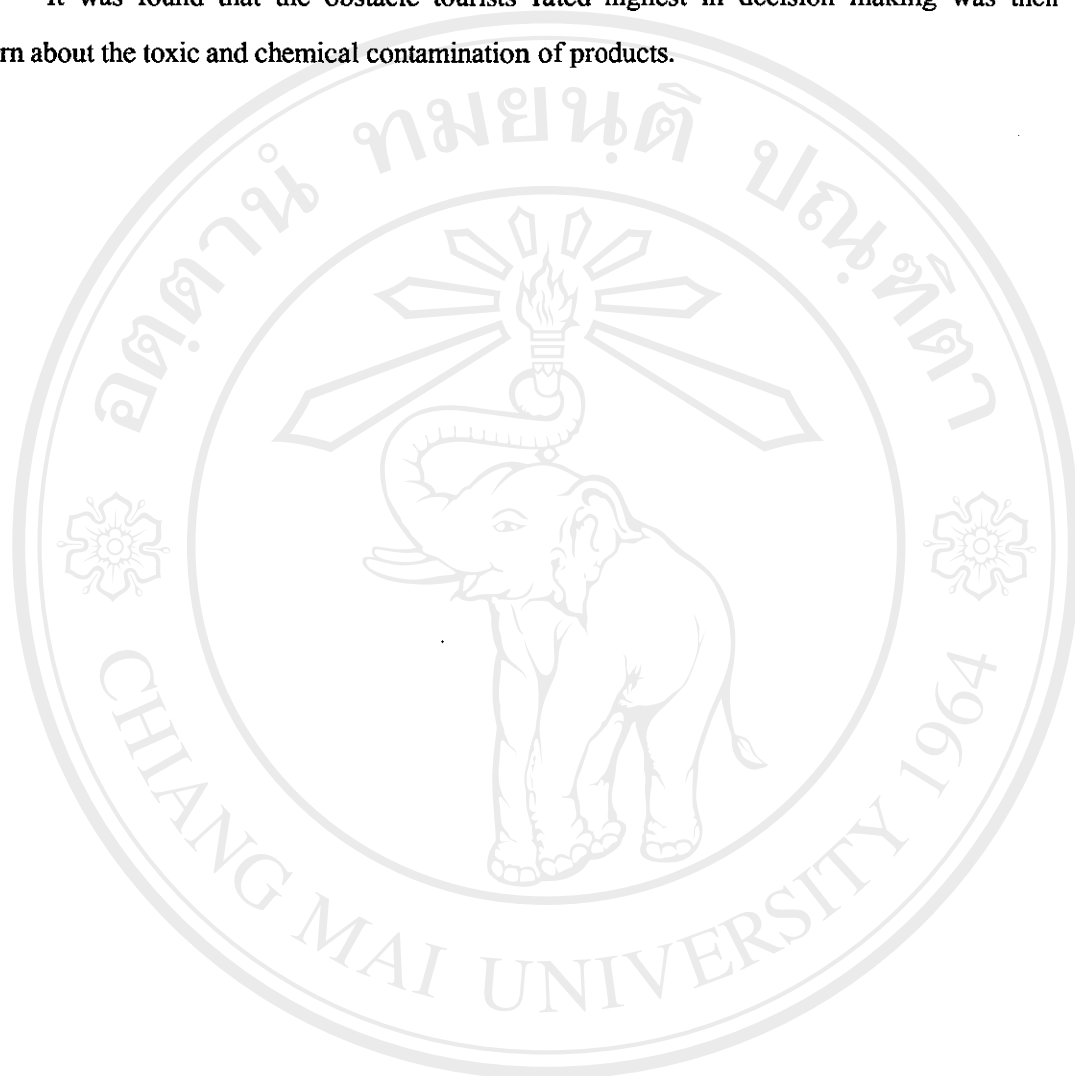
The results of this study were found that there were more female subjects than male. Most were single, aged 31-40, with a bachelor's degree. Most worked as private company employees with an average salary of more than 25,000 baht and resided in Bangkok and suburban areas.

Based on the means of the rating scales from most important to least important, it was found that the four combined marketing factors that influenced the purchasing decision were as follows: product, price, place and promotion respectively. The sub-factors that were rated the highest in each of these factors were the cleanliness of product, the price suitability in relation to product quality, the safe and convenient transportation, and the product promotion brochure.

The factors rated the most problematic respectively were price, product and place . The factor rated the least problematic was promotion. The sub-factors rated the highest included the instability of product quality, the unreasonably high price, the improper maintenance and

preservation of fresh products, and the unavailability of document about suggestion, selection and preservation of products respectively.

It was found that the obstacle tourists rated highest in decision making was their concern about the toxic and chemical contamination of products.



ลิขสิทธิ์มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

Copyright© by Chiang Mai University

All rights reserved